

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdolvand, M. A., Shahangian, B. & Sabaghiyan, A. (2015). Impact of Consumer Animosity of Iranian toward Saudi Arabia on The Purchase Decision. *International Research Journal of Management Sciences*, 3(3), 155-161.
- Abi. (11 Januari 2010). Batik China Mulai Serbu Pasar Klewer Solo. *Kompas.com*. Diakses 2 November 2018, dari <https://tekno.kompas.com/read/2010/01/11/13381813/batik.china.mulai.serbu.pasar.klewer.solo>
- Abraham, V. (2013). Does Consumer Animosity Impact Purchase Involvement? An Empirical Investigation. *International Journal of Business and Social Science*, 4(1).
- Abraham, V. (2013). A Cross-Cultural Investigation of the Effect of Consumer Animosity on Purchase Involvement. *International Journal of Business and Social Science*, 4(4).
- Agya, B. G. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Intervening: Kasus pada Gerai Miniso di Jakarta. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta, Jakarta.
- Asdhiana, I. M (5 Juni 2013). Mengenal Batik Mahakarya Indonesia. *Kompas.com*. Diakses 25 April 2019, dari <https://travel.kompas.com/read/2013/06/05/18400710/Mengenal.Batik..Mahakarya.Indonesia>
- Budiman, D. (25 Februari 2016). Karena Murah, Masyarakat RI Lebih Suka Batik Palsu Buatan Cina. *Okezone.com*. Diakses 3 November 2018, dari <https://economy.okezone.com/read/2016/02/25/320/1321075/karena-murah-masyarakat-ri-lebih-suka-batik-palsu-buatan-china>
- Cai, H., Fang, X., Yang, Z. & Song, H. (2012). Implicit Consumer Animosity: A Primary Validation. *Journal of Applied Social Psychology*. DOI: 10.1111/j.1559-1816.2012.00911.x
- Calculator: Sobel Test For The Significance of Mediation. [www.danielsoper.com](http://www.danielsoper.com). 18 Juli 2019. <https://www.danielsoper.com/statcalc/calculator.aspx?id=31>

- Cheah, I. & Phau, I. (2015). Influence of Economic Nationalism and Consumer Ethnocentrism on Product Judgement and Willingness to Buy Australian Brands. Diakses 24 November 2018, dari [https://www.researchgate.net/publication/267720041\\_Influence\\_of\\_Economic\\_Nationalism\\_and\\_Consumer\\_Ethnocentrism\\_on\\_Product\\_Judgement\\_and\\_Willingness\\_to\\_Buy\\_Australian\\_Brands](https://www.researchgate.net/publication/267720041_Influence_of_Economic_Nationalism_and_Consumer_Ethnocentrism_on_Product_Judgement_and_Willingness_to_Buy_Australian_Brands)
- Djumena, E. (24 Maret 2011). Produk China Kalahkan Produk Lokal. *Kompas.com*. Diakses 24 Desember 2018, dari <https://ekonomi.kompas.com/read/2011/03/24/11353249/produk.china.kalahkan.produk.lokal>
- Edj. (6 Januari 2010). Hadapi FTA, Batik Indonesia Masih “Jagoan”. *Kompas.com*. Diakses 3 November 2018, dari <https://tekno.kompas.com/read/2010/01/06/16562851/Hadapi.FTA.Batik.Indonesia.Masih.Jagoan>.
- Feng, Z. & Yu, G. (2016). Animosity and Purchase Intention: How Perceived Quality Impacts Consumers’ Willingness to Buy, as a Moderating Factor. *Journal of International Business and Law*, 15(2), Article 4.
- Hakim, A. R. (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen pada Bimbel Tridaya Bandung. *E-Proceeding of Applied Science*, 3(2).
- Hayuning, M. (3 November 2010). Ciri-ciri Batik Cina. *Waroengbhatik.wordpress.com*. Diakses 12 Februari 2019, dari <https://waroengbhatik.wordpress.com/2010/11/03/ciri-ciri-batik-cina/>
- Kurnianto, M. (2015). Pengaruh Etnosentrisme Konsumen, Persepsi Harga Dan Kemenarikan Atribut Terhadap Sikap Produk dan Implikasinya terhadap Keputusan Pembelian. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Licsandru, T. C., Szamosi, L. T. & Papadopoulos, N. (2013). The Impact of Country of Origin, Ethnocentrism and Animosity on Product Evaluation: Evidence from Romania. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 1(2), 259-277.
- Maina. (2016). Consumer Ethnocentrism, Demographic Characteristics and Willingness to Buy Commercial Banking Services in Kenya. *European Scientific Journal*, 12(25).

- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research an Applied Orientation*. Pearson Education Inc.
- Movanita, A. N. K. (15 Oktober 2015). Masyarakat Lebih Menyukai Produk Impor Karena Gengsi. *ekonomi.kompas.com*. Diakses 3 November 2018, dari <https://ekonomi.kompas.com/read/2015/10/15/191800726/Masyarakat.Lebih.Menyukai.Produk.Impor.karena.Gengsi>
- Novaryanti, A. E. (2019). Menganalisis Pengaruh Consumer Ethnocentrism dan Product Judgement terhadap Purchase Action pada Transportasi Daring. Fakultas Ilmu Komunikasi. Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang.
- Nurdiansyah, D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olahraga Merek Adidas di Bandar Lampung. Fakultas Ekonomi. Universitas Lampung, Lampung.
- Primus, J. (19 Februari 2011). Batik dan Kerajinan Masih Unggulan. *Kompas.com*. Diakses 3 November 2018, dari <https://nasional.kompas.com/read/2011/02/19/12360595/Batik.dan.Kerajinan.Masih.Unggulan>
- Priyanto, D. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Jakarta: Andi Publisher.
- Putra, M. (10 Januari 2013). Akibat Batik Cina, Penjualan Batik Lokal Anjlok. *Isedindonesia.blogspot.com*. Diakses 7 November 2018, dari <http://isedindonesia.blogspot.com/2013/01/akibat-batik-cina-penjualan-batik-lokal.html>
- Quang, N. N., DinhChien, T. & Long, N. H. (2017). The Effects of Consumer Ethnocentrism and Consumer Animosity on the Willingness to Buy with the Mediating Role of Products Judgements: Children's Food Case. *Advances in Economics and Business*, 5(8), 466-475. DOI: 10.13189/aeb.2017.050805
- Rachman, F. F. (2 Oktober 2017). Cerita Batik China Yang Sempat Booming di RI dan Kini Meredup. *Detikfinance*. Diakses 3 November 2018, dari <https://finance.detik.com/industri/d-3666995/cerita-batik-china-yang-sempat-booming-di-ri-dan-kini-meredup>
- Rizkiyani, N. (2013). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang, Semarang.

- Sari, V. P. (2018). Pengaruh Consumer Ethnocentrism dan Citra Perusahaan terhadap Minat Beli dengan Citra Merek Global Sebagai Variabel Mediasi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Sarinastiti, W. (12 Oktober 2010). Batik (made in) China. *sekilasbatik.blogspot.com*. Diakses 26 Desember 2018, dari <http://sekilasbatik.blogspot.com/2010/10/batik-made-in-china.html>
- Sarwono, J. (2010). Pengertian Dasar Structural Equation Modeling (SEM). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 10(3), 173-182.
- Sasongko, E. N., Mustafid, Rusgiono, A. (2016). Penerapan Metode Structural Equation Modeling untuk Analisis Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akademik terhadap Kualitas Website. *Jurnal Gaussian*, 5(3), 395-404.
- Selli, M., Kurniawan, H. (2014). Effects of Animosity and Allocentrism toward Consumer Ethnocentrism in Shaping Consumers' Willingness to Purchase: a Case Study on Consumers in Greater Jakarta (Jabodetabek Area) in Purchasing Malaysian Products. *Asian Marketing Journal*, 6(1).
- Septiawati, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Niat Pembelian Ulang Produk dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Lampung, Lampung.
- Shah, K. A. M. & Ibrahim, H. I. (2016). The Impact of Consumer Boycott, Ethnocentrism and Patriotism in Malaysia. *The Social Sciences*, 11(9), 4622-4627.
- Shah, K. A. M., Ibrahim, H. I. & Maludin, N. (2018). The Effects of Attitudes on Foreign Product Judgement among Malaysian Consumers. *International Academic Journal of Bussiness Management*, 5(3), 23-30.
- Soebagyo, T. & Subagio, H. (2014). Analisa Pengaruh Store Image terhadap Purchase Intention di Toserba "Ramai" Ngawi. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1-9.
- Suhud, U. (2017). Purchase Willingness and Unwillingness of Indonesia Consumers on Israeli Products. *Binus Business Review*, 8(3), 175-182. DOI: 10.21512/bbr.v8i3.2110
- Suhud, U. (2018). The Impact of Consumer Animosity on Purchase Unwillingness in a Boycott of Sari Roti. *Binus Business Review*, 9(2), 87-94. DOI: 10.21512/bbr.v9i2.4060

- Sukardi. (2011). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sukru, M. A., Kaplan, M., Ozgener, S. & Coskun, A. (2012). The Effects of Consumer Ethnocentrism and Consumer Animosity on the re-Purchase Intent: The Moderating Role of Consumer Loyalty. *Emerging Market Journal*, Vol 2. DOI: 10.5195/emaj.2012.15
- Suryanto. (23 September 2011). Batik China pun Serbu Tanah Abang. *antaranews.com*. Diakses 3 November 2018, dari <https://www.antaranews.com/berita/276705/batik-china-pun-serbu-tanah-abang>
- Sutiyono. (2013). Metode Penelitian Survey dan Korelasional. Diakses 15 Januari 2019, dari <https://sutiyonokudus.files.wordpress.com/2013/07/makalah-metode-survey-dan-korelasi-sutiyono-2013.pdf>
- Unal, S. (2017). The Mediating Role of Product Familiarity in Consumer Animosity. *Journal of Accounting And Marketing*, 6(4). DOI: 10.4172/2168-9601.1000257
- Wicaksono, J. S. (2019). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Negara Asal Terhadap Minat Beli Helm Zeus Dengan Citra Merek Sebagai Intervening: Studi pada Followers Instagram Juragan Helm. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta, Jakarta.
- Wijaya, F. A. & Sugiharto, S. (2015). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Purchase Intention dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Iklan Produk Perawatan Kecantikan Pond's). *Jurnal Managemen Pemasaran*, 9(1). DOI: 10.9744/pemasaran.9.1.16-22
- Yong Ju, S., Scaciotta, V. & Silva, I. L. (2016). Perceived Economic Crisis, Consumer Ethnocentrism and Willingness to Buy Domestically Produced Products in Brazil. *European Journal of Business and Social Sciences*, 5(8), 71-94.
- Yoruk, D., Kayahan, C. & Ogel, I. Y. (2016). Attitudes of Turkish Consumers toward Foreign Products in Political Crises Period. *Fascicle L Economics And Applied Informatics*, (1)